

### BESTE CHANCEN FÜR BERUFSEINSTEIGER

## Mit dem „1-2-Job“-Magazin und einer Ausbildung bei der RAG

**Für Erik Spilles (20) stand schon früh fest: Die Medien sind seine Zukunft. „Ich bin schon immer ein aufmerksamer Zeitungsleser gewesen“, sagt der engagierte junge Mann. Bei der Rheinische Anzeigenblatt Gesellschaft (RAG) fühlt sich Spilles als Auszubildender bestens aufgehoben: Hier ist die ganze Bandbreite des facettenreichen Verlagsgeschäfts unter einem Dach vereint – von Redaktion und Verkauf über Herstellung und Lagerwirtschaft bis hin zu Marketing und Vertrieb.**

Doch nicht alle jungen Menschen finden ihren Traumberuf so einfach wie Erik Spilles. Darum verstärkt die RAG ihr Engagement in diesem Bereich mit dem „1-2-Job“-Magazin. „Mit Erfolg zum Beruf“ lautet auch hier das Motto: Der Ausbildungsberater bietet Schülern wertvolle Tipps und gezielte Hilfestellungen für den Start ins Berufsleben. Nach der Ausgabe Köln erscheint im Februar 2009 das „1-2-Job“-Magazin erstmals auch im Verbreitungsgebiet von „Extra-Blatt“ und „Schaufenster Bonn“: 20.000 Exemplare werden, wie in Köln, kostenlos an die Abschlussklassen der weiterführenden Schulen in Bonn und im Rhein-Sieg-Kreis verteilt.

Nicht nur für Schüler, Eltern und Lehrkräfte ist das Magazin ein wertvolles Instrument, sondern auch für die Anzeigenkunden, die darin inserieren. Denn im „1-2-Job“-Magazin erreichen sie ihre regionale Zielgruppe ganz direkt und ohne Streuverluste – ein ideales Umfeld, um zum Beispiel Ausbildungsmöglichkeiten im eigenen Unternehmen zu präsentieren und gleichzeitig Kontakt zu qualifizierten Bewerbern zu knüpfen. Aufmerksamkeit ist garantiert: Neben Berufsportraits und konkreten Tipps, zum Beispiel zum Verfassen von Bewerbungen oder zur Vorbereitung auf Bewerbungsgespräche, enthält das Magazin auch einen umfangreichen Stellenmarkt.

Erik Spilles fand seine Ausbildungsstelle zum „Medienkaufmann für Digital und Print (IHK)“ über eine Anzeige im „Schaufenster Bonn“. Er hat die ersten Hürden – erfolgreiche Bewerbung und Einstellung – bereits geschafft. Auch die Aussichten für seine erfolgreiche Übernahme sind gut. „Von den neun Azubis, die seit 2001 ihre Ausbildung bei uns beendet haben, sind acht übernommen worden“, bestätigt RAG-Mitarbeiter Andreas Niebuhr. „Im Januar 2009 werden wieder vier Azubis fertig.

Und danach? „Gute Aufstiegschancen“ bescheinigt das Bundesinstitut für Berufsbildung laut einem Bericht der „Rhein-Zeitung“ den frischgebackenen Medienkaufleuten. Eines von vielen Beispielen bei der RAG: Tobias Dragon hat seine Ausbildung 2004 abgeschlossen; heute arbeitet er beim „Kölner Wochenspiegel“ eigenverantwortlich im Außendienst und betreut die Werbekunden des Verlages in Ehrenfeld.

Erik Spilles bringt auf den Punkt, warum die Ausbildung so viel bringt, und außerdem noch Spaß macht: „Hier herrscht einfach ein perfektes Klima zum Lernen und Arbeiten!“



## Stehende Ovationen für Manfred Dzwonnek

Der BVDA (Bundeverband Deutscher Anzeigenblätter) hat Manfred Dzwonnek, Geschäftsführer der RAG, zum Ehrenmitglied berufen. „Manfred Dzwonnek hat sich um die Anzeigenblätter in Deutschland und um den BVDA verdient gemacht“, würdigte BVDA-Präsident Helmut Gebauer in seiner Laudatio. Zeiten des Umbruchs, zum Beispiel die Wende oder die Medienkrise zu

Beginn des Jahrtausends, habe er „als Macher, aber auch als geschickter Strategie“ gemeistert. Das Publikum feierte Dzwonnek im Anschluss an die Laudatio mit stehenden Ovationen. Manfred Dzwonnek war 21 Jahre lang Vizepräsident des BVDA. Im Oktober wurde Ulrich Schamuhn, Geschäftsführer der RAG-Tochtergesellschaften, neu in das Amt des Vizepräsidenten gewählt.

Unsere Serie beschäftigt sich mit Themen rund um Anzeigenblätter und Werbung - mit hilfreichen Tipps vom Werbeprofi. Erfahren Sie im dritten Teil wie eine „gute“ Anzeige aussehen sollte.

**SCHLAU IN 60 SEKUNDEN – Tipps vom Werbeprofi**

**Teil 3: Jetzt wird's bunt: Farbige Anzeigen**

## Farbe ist nicht gleich Farbe

Der Einsatz von Farbe in einer Anzeige ist ein zweischneidiges Schwert: Einerseits kommen Anzeigen durch Farbe besser zur Geltung als solche in Schwarzweiß und fallen mehr auf. Andererseits sind sie meist kostenintensiver und können ihren Effekt verfehlen, wenn die Farben schlecht gewählt sind oder zu viele Farben verwendet werden.

Jede Farbe ruft bestimmte Assoziationen und Gefühle hervor: Farben wie Rot, Orange und Gelb wirken warm, während Blau beispielsweise als kühl empfunden wird. Rot und Gelb sind in der Natur zudem Warnfarben – wer also besonderes Augenmerk auf ein Angebot lenken möchte, sollte sich dieser Farben bedienen. Für so genannte Störer eignen sich diese Farben besonders.

Bei der Gestaltung ist zu beachten, dass die Farben der Anzeige die Werbebotschaft unterstützen, denn Farben haben verschiedene Bedeutungen und können immer mit positiven oder negativen Eigenschaften in Verbindung gebracht werden. Beispielsweise würde eine Werbung für ein Hotel am Meer, die von der Farbe Grün dominiert wird, wenig Wirkung erzielen, denn mit Meer verbindet man die Farbe Blau.

Fazit: generell gilt, dass Farbe Aufmerksamkeit erregt und die Beachtung steigert, ihr Einsatz aber sorgfältig gewählt werden sollte.

Bei Fragen zu diesem Thema wenden Sie sich einfach an Ihren Anzeigenberater – er unterstützt Sie auch bei der Gestaltung Ihrer Anzeige.



## Weihnachtszeit

## Wussten Sie schon...

**...dass Anzeigenblätter älter sind als der Weihnachtsmann?**

Seit 1631 sind Anzeigenblätter bekannt und beliebt. Den modernen Weihnachtsmann mit Rauschebart und rotem Mantel gibt's erst seit 1931. Ein amerikanischer Getränkehersteller hat ihn als Werbefigur erfunden – vielleicht die schönste Bescherung, seit es Werbung gibt.

**...dass Köln an Weihnachten die Nase vorn hat?**

Keine Stadt im Verteilgebiet der RAG-Anzeigenblätter hat mehr Weihnachtsmärkte: sieben Stück sind es insgesamt. Fünf Millionen Besucher zählt allein der Markt am Kölner Dom.

**...dass der Adventskranz früher ein Adventsbaum war?**

Denn er hatte nicht nur vier, sondern 24 Kerzen; die hätte man auf einem Kranz kaum unterbringen können. Seinen Ursprung hat der Brauch höchstwahrscheinlich in einer Hamburger Erziehungsanstalt. Den Kranz mit vier Kerzen, so wie wir ihn heute kennen, gibt's seit den 1920er Jahren.

**...dass der Nikolaus gebürtiger Türke ist?**

Bischof Nikolaus, dessen Todestag wir jedes Jahr am 6. Dezember feiern, lebte in der Türkei. Die Südtiroler haben übrigens ein Fladenbrot mit Nüssen und Schokolade nach ihm benannt: das Nikolausbrot.

### Infoletter-Archiv jetzt noch übersichtlicher

Sie haben einen Infoletter verpasst? Kein Problem: Auf der RAG-Website stehen alle älteren Ausgaben als PDF-Datei für Sie zum Abruf bereit. Das Archiv ist jetzt noch übersichtlicher gestaltet, sodass auch einzelne Artikel schnell auffindbar sind.

[www.rheinische-anzeigenblaetter.de](http://www.rheinische-anzeigenblaetter.de)

**Alle Ausgaben auch im Internet!**



Die nächste Ausgabe erscheint im **Februar 2009**.

Dieser Newsletter wird herausgegeben von:  
Rheinische Anzeigenblatt GmbH & Co. KG  
Neven DuMont Haus / Amsterdamer Straße 192  
50735 Köln / [www.rheinische-anzeigenblaetter.de](http://www.rheinische-anzeigenblaetter.de)

Verantwortlich für den Inhalt:  
Ulrich Schamuhn, Hans-Peter Zimmermann  
Realisation:  
Patrick Schaab PR GmbH / [www.schaab-pr.de](http://www.schaab-pr.de)